

# **INQUÉRITOS DE CONJUNTURA NAS FAMÍLIAS**

## **2º Trimestre 2021**





# **INQUÉRITOS DE CONJUNTURA NAS FAMÍLIAS 2º Trimestre 2021**

## **Ficha Técnica**

### **Conselho Diretivo**

#### **Presidente**

Oswaldo Rui Monteiro dos Reis Borges

#### **Diretora de Administração**

Maria Goreth Carvalho

#### **Editor**

Instituto Nacional de Estatística  
Direção de Estatísticas Económicas e Financeiras  
Serviço de Conjuntura

Av. Cidade Lisboa, CP 116

Cidade da Praia

Email: [Inecv@ine.gov.cv](mailto:Inecv@ine.gov.cv)

Web Site: [www.ine.cv](http://www.ine.cv)

#### **Composição**

Instituto Nacional de Estatística

#### **Impressão**

INE

#### **Data de Impressão**

Agosto de 2021

#### **Para quaisquer Esclarecimentos Contactar:**

Fernando Rocha

Serviço de Conjuntura

Telefone: (238) 61.38.27

Fax: (238) 61.16.56

Email: [frocha@ine.gov.cv](mailto:frocha@ine.gov.cv)

**Para carregar informação para o seu computador consulte [www.ine.cv](http://www.ine.cv) ou para receber gratuitamente informação por e-mail registe-se no nosso site**

## **NOTA INTRODUTÓRIA**

Um inquérito de conjuntura no consumidor é um instrumento efetivo de análise e interpretação da evolução da atividade económica no curto prazo. As perguntas

são de carácter qualitativo e refletem as opiniões das famílias sobre a situação económica e financeira do país, bem como a sua própria situação económica e financeira, avaliando ainda a intenção de poupança das referidas famílias.

## **METODOLOGIA:**

Pretende-se descrever de forma resumida a metodologia utilizada no inquérito de conjuntura no consumidor:

### ***Âmbito do inquérito:***

O inquérito é representativo ao nível do país, sendo que a recolha é feita nos seguintes domínios de estudo:

- a) Praia
- b) Santa Catarina
- c) São Vicente
- d) Sal

### ***Periodicidade de recolha:***

A recolha dos dados acontece na primeira quinzena do fim de cada trimestre (março, junho, setembro e dezembro) e a divulgação dos resultados um mês depois.

### ***Indicador de Confiança no Consumidor - Metodologia de Composição:***

Média aritmética simples dos saldos de respostas extremas (s.r.e.) das seguintes variáveis:

- Situação financeira do seu lar (agregado familiar) nos próximos 12 meses (questão 2);
- Situação económica geral do país nos próximos 12 meses (questão 4); ➤ Desemprego no país nos próximos 12 meses com sinal invertido (questão 8);
- Situação económica atual do seu lar (questão 10).

### ***Saldo de respostas extremas***

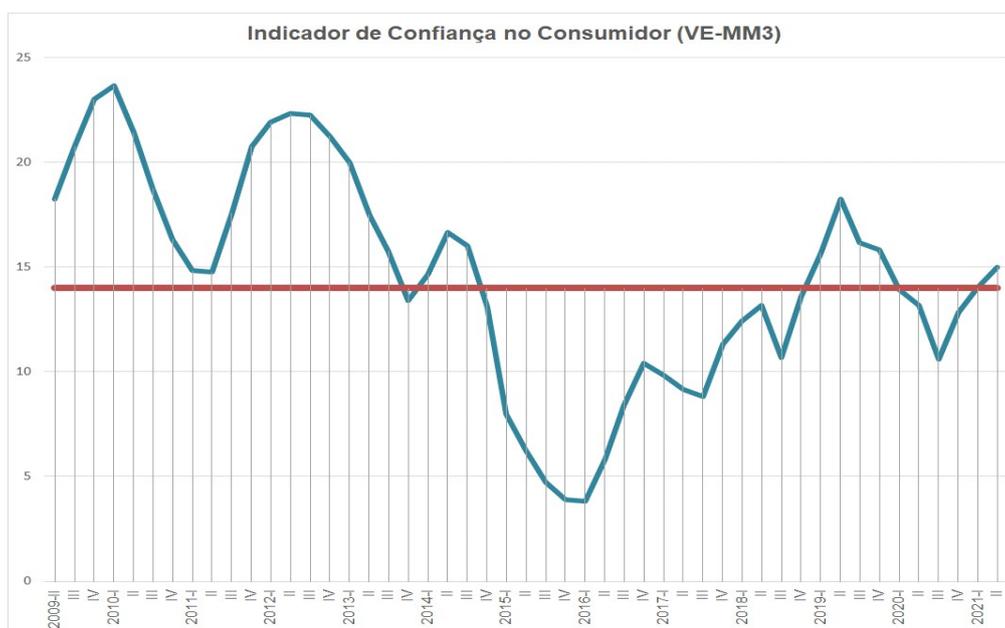
Diferença entre as respostas positivas e respostas negativas dividido pelo número total de respostas S.R.E =  $((X_1*1+X_2*0,5) - (X_3*-0,5+X_4*-1))$

## Apresentação de Resultados

Os resultados são apresentados sob a forma das médias móveis de três termos (MM3).

## ANÁLISE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS

Segundo os resultados do 2º trimestre de 2021, o indicador de confiança no consumidor manteve a tendência ascendente dos últimos trimestres. Confirmando o aumentar da confiança das famílias cabo-verdianas. Nota-se, ainda, que o indicador evoluiu positivamente face ao trimestre homólogo. Este resultado justifica-se basicamente pela apreciação positiva das famílias sobre a sua situação económica atual e a evolução do desemprego no país para os próximos 12 meses relativamente ao trimestre homólogo.



O quadro a seguir apresenta os principais resultados dos inquéritos de conjuntura efetuados junto das famílias e empresas.

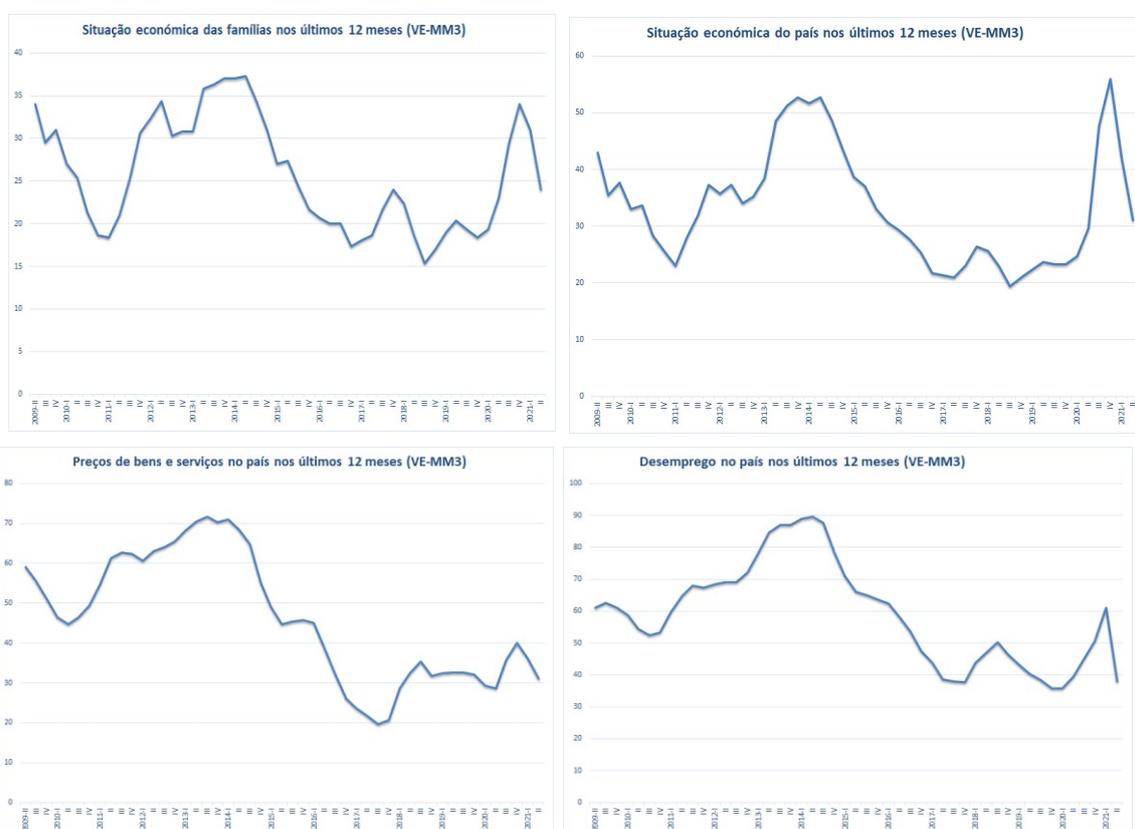
**Indicador de Confiança e de Clima Económico (VE-MM3)**

	Indicador de Confiança no Consumidor	Indicador de Clima Económico	Indicador de Confiança					
			Comércio em Estabelecimento	Turismo	Construção	Comércio em Feira	Indústria Transformadora	Transportes e Serviços Auxiliares aos Transportes
2010-II	21	3	4	-15	-26	13	24	24
2011-II	15	2	6	-11	-32	4	16	27
2012-II	22	1	7	-8	-31	11	20	21
2013-II	18	-5	-1	-7	-21	9	17	3
2014-II	17	-7	-1	-27	-32	4	19	4
2015-II	6	-14	-5	-49	-34	-5	29	-3

2016-II	6	-7	-2	-18	-40	9	21	-2	2017-II	9	7	0	14	-29	14	21	7										
2018-II	13	11	14	21	-33	10	17	14	2019-II	18	11	16	23	-29	8	12	34										
2020-II		13				-11			3					-34			-4			-8			-8			3	
2021-II		15				-10			13					-32				-26			-10			-12			0

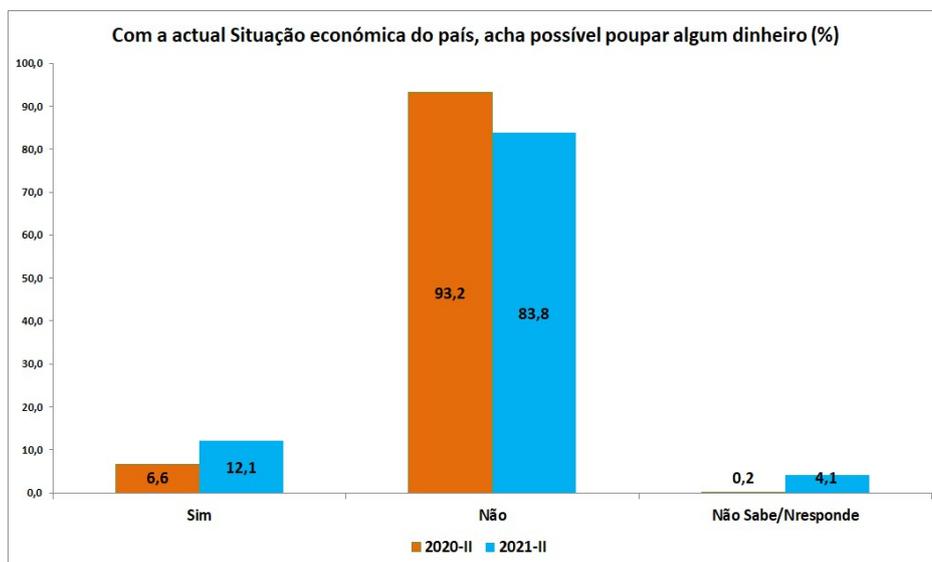
## SITUAÇÃO PRESENTE E PASSADO

Para as famílias inquiridas, nos últimos 12 meses, tanto a sua situação económica do seu lar como a situação económica do país evoluíram positivamente relativamente ao trimestre homólogo. Na opinião dos inquiridos, os preços de bens e serviços aumentaram e o desemprego no país diminuiu ligeiramente relativamente ao mesmo período do ano 2020.



Quanto ao item poupança, a maior parte (83,8%) dos inquiridos no segundo trimestre do ano de 2021 considerou que, ainda, a atual situação económica do país não permite poupar dinheiro. No trimestre homólogo, esse percentual foi de 93,2%, o que representa uma diferença (-9,2 pontos percentuais) entre os dois períodos. De realçar que 12,1% dos inquiridos afirmaram ser possível poupar

algum dinheiro com a actual situação económica do país sendo que, no trimestre homólogo, era de 6,6%, apresentando um acréscimo de 4,4 pp.

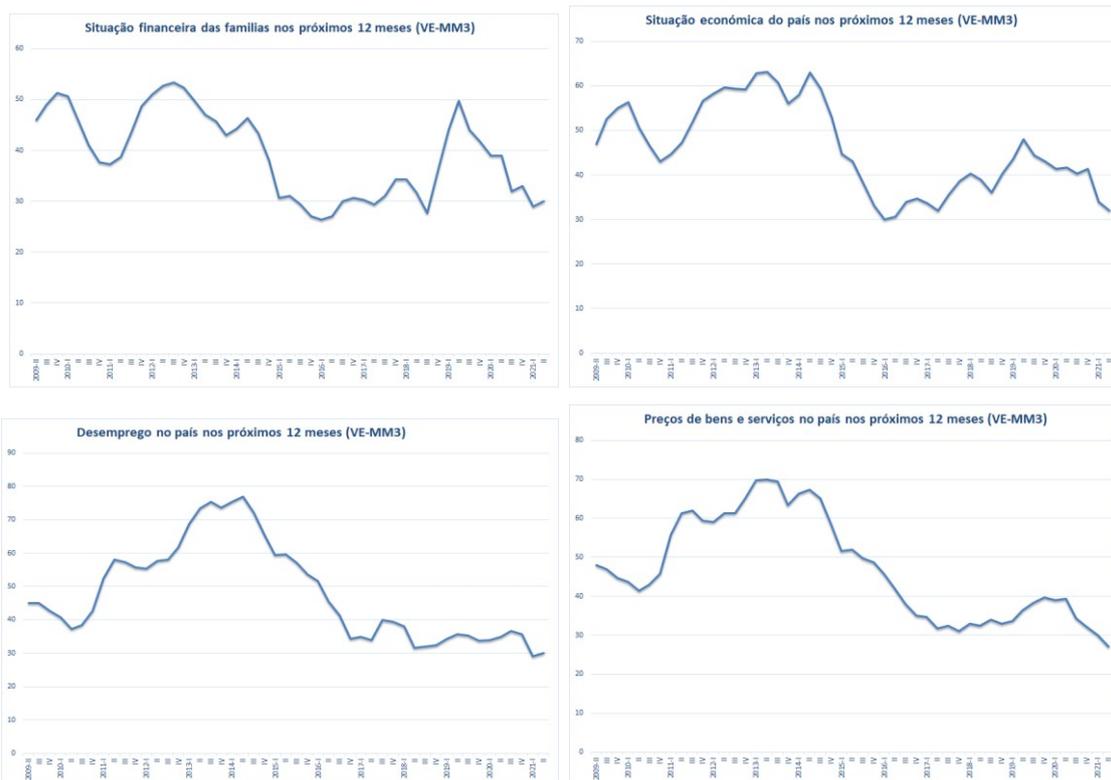


---

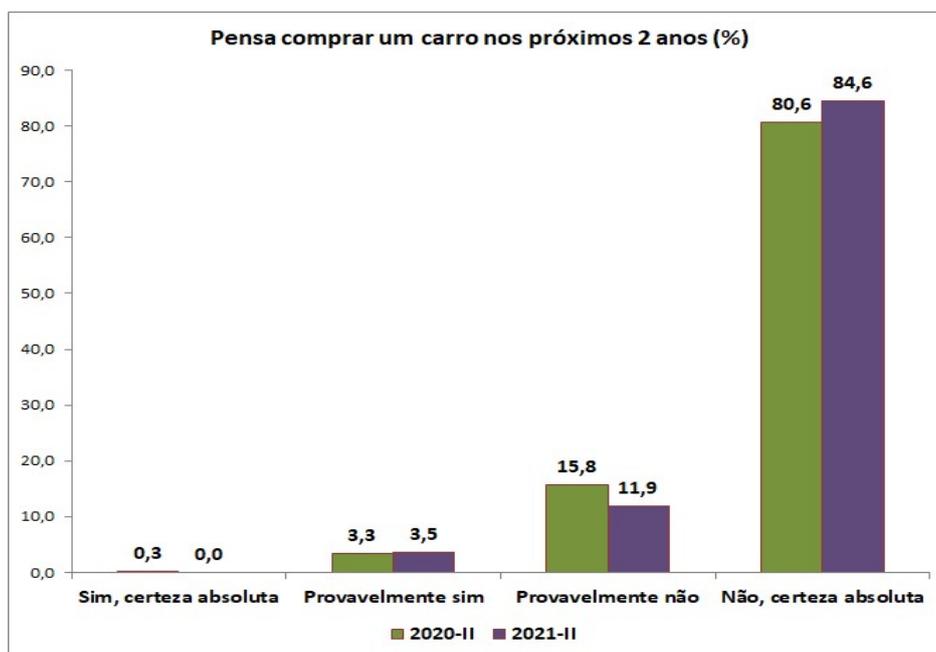
## SITUAÇÃO FUTURO “PERSPETIVA”

---

De acordo com os inquiridos, para os próximos 12 meses, tanto a situação financeira das famílias como a situação económica do país deverão evoluir negativamente face ao trimestre homólogo. Para as famílias inquiridas, tanto os preços de bens e serviços como o desemprego deverão diminuir face ao trimestre homólogo.



Quando questionados se tencionam comprar um carro nos próximos 2 anos, a maioria dos inquiridos afirmou “não, certeza absoluta”, ou seja, 84,6% dos inquiridos afirmaram ter a certeza absoluta que não tencionam comprar um carro nos próximos dois anos. De referir ainda que uma fraca percentagem dos inquiridos (3,5%) afirmou que, “provavelmente sim” irá comprar um carro nos próximos dois anos e 11,9% afirmaram que “provavelmente não” irão comprar um carro nos próximos 2 anos.



Relativamente a intenção de comprar ou construir uma casa nos próximos 2 anos, os inquiridos, na sua maioria (66,6%), são de opinião de que não pretendem comprar nem construir uma casa (contra 73,1% registado no período homólogo). Nota-se que 17,9% dos inquiridos afirmaram, que provavelmente sim, irão construir ou comprar uma casa (contra 13,6% no período homólogo) representando, um aumento de 4,3 pp.

